

<<跨国并购中的无形资源优势转移>>

图书基本信息

书名：<<跨国并购中的无形资源优势转移>>

13位ISBN编号：9787505884304

10位ISBN编号：7505884301

出版时间：2009-8

出版时间：经济科学出版社

作者：刘文纲

页数：194

字数：180000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<跨国并购中的无形资源优势转移>>

内容概要

笔者是从1999年开始涉足企业并购理论这一研究领域的，并在2004年出版了第一部著作《企业购并中的竞争优势转移研究——兼论企业购并中的无形资产协同效应》，该书的出版得益于笔者承担的国家社会科学基金项目——全球化时代我国企业国际化经营战略研究（项目批准号：01CJY003）。

近年来，随着中国企业跨国并购实践的不断发展，愈发对这一领域充满了研究兴趣，并且将研究对象集中于中国企业跨国并购中的无形资源优势转移及其效应。

本书基本反映了笔者近期在这方面的研究成果。

但是，在长期的研究中，笔者清醒地认识到自身在研究方法和研究能力等方面存在的不足，即使在一些研究问题上采用了实证研究方法，也不是普遍被认可的定量研究，书中的观点也难免存在偏颇甚至是谬误；因此，恳请广大读者批评指正。

此外，需要做出说明的是，本书基于的研究项目和本书的出版均受到北京市“人才强教”计划专项资金的支持，如果没有该计划的支持，本书将难以及时完成和出版。

<<跨国并购中的无形资源优势转移>>

书籍目录

导论 一、问题提出 二、对国内外相关理论研究成果的回顾 三、研究方法和研究路线 四、本书主要观点

第一章 跨国并购理论综述 一、企业并购基本理论 二、跨国并购的概念和动因 三、跨国并购理论 四、跨国并购新特点和新趋势

第二章 基于无形资源优势转移的跨国并购战略 一、无形资源的含义及分类 二、无形资源优势转移扩散途径比较 三、基于无形资源优势转移的跨国并购分析框架 四、无形资源特性及其对资源转移扩散的影响 五、对TCL集团和万向集团跨国并购中无形资源优势转移的分析 六、启示

第三章 跨国并购中的品牌资源整合——兼论企业国际化进程中的品牌战略变迁 一、TCL与联想：两种不同的整合方式 二、品牌资源整合方式比较及影响因素分析 三、品牌资源整合策略选择模型的建立及实证检验 四、公司品牌与产品品牌关系的处理 五、我国企业国际化进程中的品牌战略变迁路径 六、本章小结

第四章 跨国并购中的技术资源转移 一、技术资源特性与技术优势的转移扩散 二、文化差异、竞争战略冲突对技术转移的影响 三、对TCL集团和万向集团跨国并购中技术转移效果的分析 四、启示

第五章 跨国并购中的客户关系转移和整合 一、客户关系的资源特性 二、影响跨国并购中客户关系转移的因素 三、渠道中客户关系整合方式和整合内容 四、启示

第六章 跨国并购中的文化协同效应及文化整合 一、企业文化及其对企业并购的影响 二、跨国并购中的文化协同效应及其影响因素分析 三、跨国并购中的文化整合

第七章 我国企业跨国并购现状及其改进 一、跨国并购成为我国企业开展国际化经营的重要方式 二、我国企业跨国并购中存在的主要问题及障碍 三、提高我国企业跨国并购绩效的措施建议

附录一 中国特色的企业并购理论 附录二 2007年中国对外直接投资流量特征参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>